



PIACERE, SALUTE E SOSTENIBILITÀ PER TUTTI:

Consumi alimentari e nuove abitudini degli italiani

Presentazione dei risultati

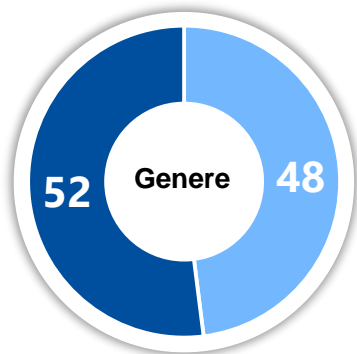


22 ottobre 2024

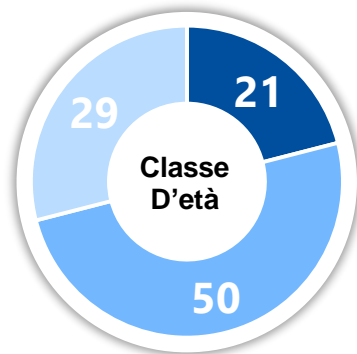
Nota metodologica

L'indagine è stata condotta **tramite interviste online con metodo CAWI** (Computer Assisted Web Interview) su un campione composto da **823 cittadini italiani maggiorenni, rappresentativi della popolazione italiana per genere, età, zona geografica di provenienza e titolo di studio.**

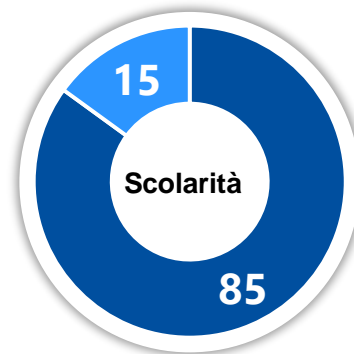
Le interviste sono state somministrate **dal 25 al 27 settembre 2024.**



■ Uomo
■ Donna

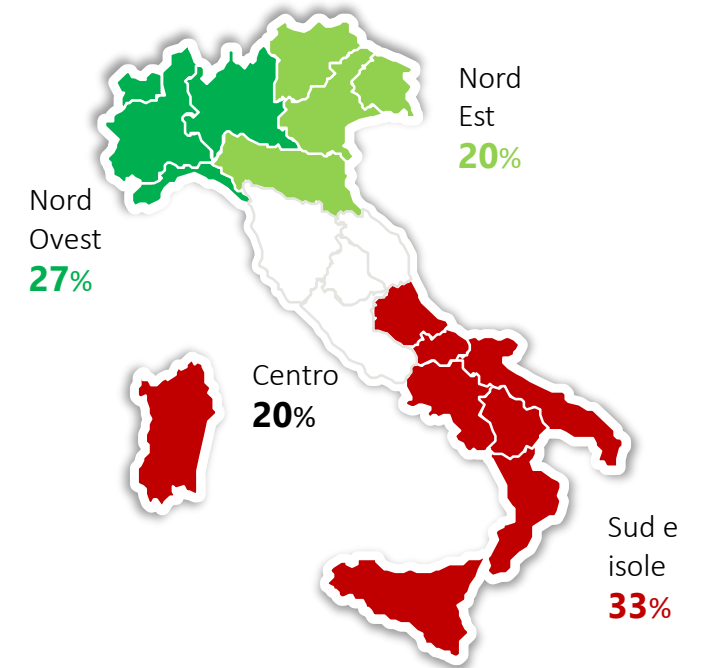


■ 18-34
■ 35-64
■ 64+



■ No laurea
■ Laurea

Zona di residenza

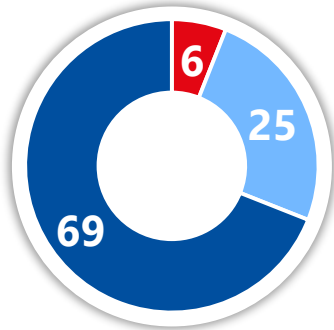


La ricerca del gusto ad un prezzo ragionevole guida le scelte di acquisto alimentare degli italiani

Nelle sue scelte d'acquisto di prodotti alimentari, su una scala da 1 (=per niente importante) a 10 (=molto importante), quanto è importante che... ?

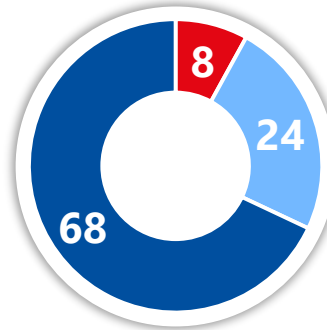
■ Voto 1-5 ■ Voto 6-7 ■ Voto 8-10

Siano gustosi



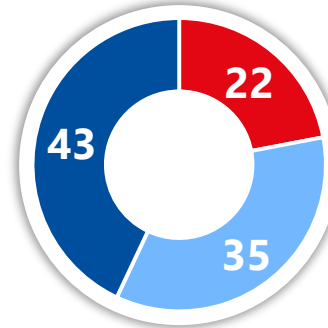
Voto medio:
8,1

Abbiano un prezzo ragionevole



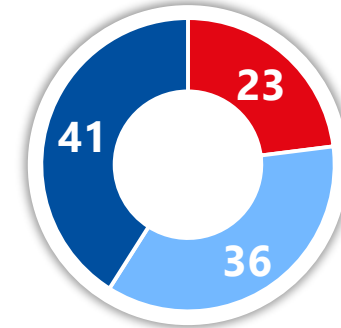
Voto medio:
8,0

Siano prodotti locali, a km zero



Voto medio:
7,1

Siano prodotti in modo sostenibile



Voto medio:
6,8

La cucina italiana regina del gusto.

Le presentiamo ora una serie di tipologie di pasti. A suo avviso quale è più gustoso?



87%

Cucina italiana



6%

Cucina etnica



4%

Cucina vegetariano



3%

Junk food

Le caratteristiche di un prodotto di buon sapore: di stagione, fresco e a km zero.

Secondo lei, un prodotto con un buon sapore è più probabilmente...

per ogni coppia di affermazioni muova il cursore verso il termine che a suo giudizio è più associabile al concetto di prodotto alimentare gustoso/ con un buon sapore (scala 0-10)

Di stagione

92

8

Fuori stagione

Fresco

89

11

A lunga conservazione

A km zero

86

14

Non a km zero

Biologico

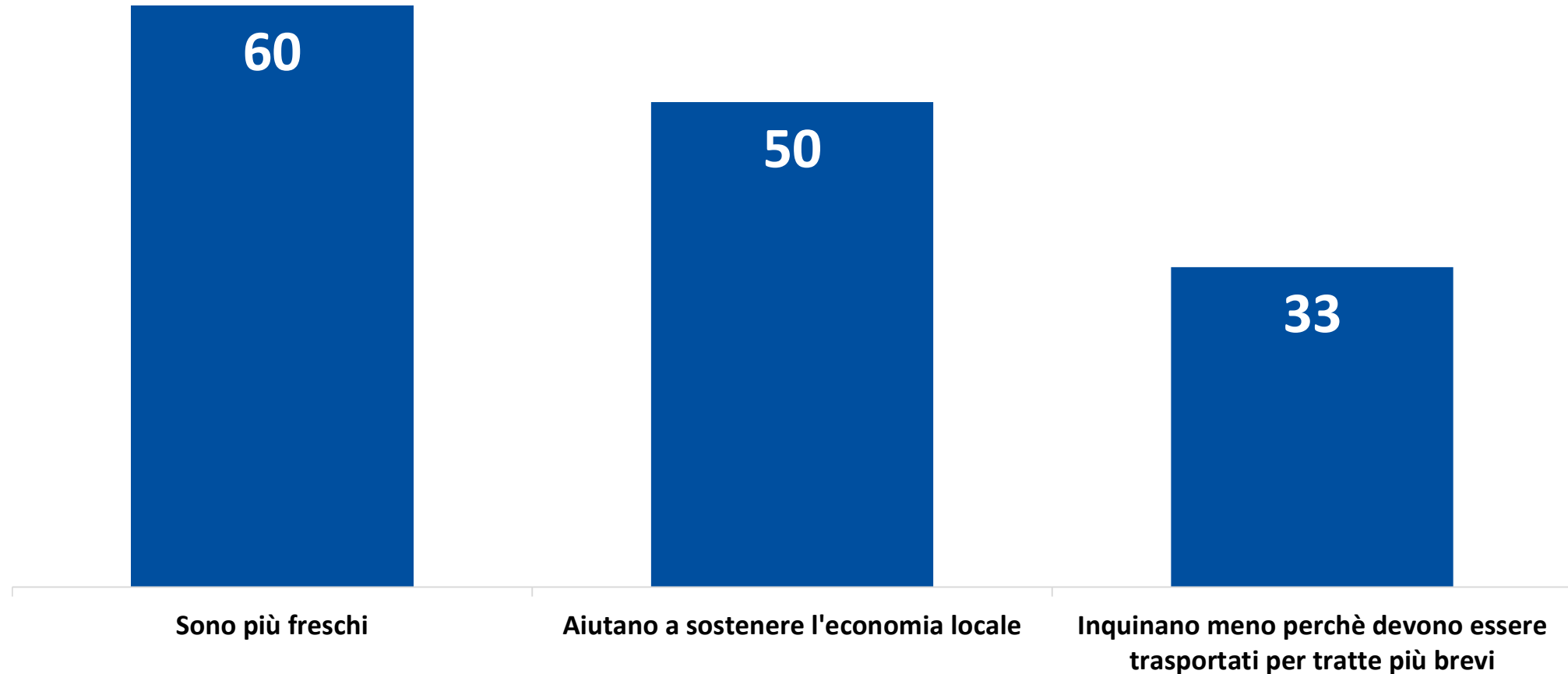
77

23

*Non biologico
e con molti additivi*

I principali vantaggi dei prodotti locali: freschezza, supporto all'economia locale e minor inquinamento

A suo avviso, quali sono i principali vantaggi nell'acquistare prodotti alimentari locali? (Possibili 3 risposte –TOP 3)

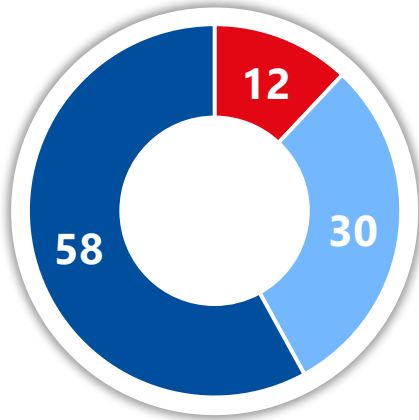


Il punto vendita ideale: attento allo spreco, con una offerta varia di prodotti locali

E nella scelta del punto vendita in cui acquistare prodotti alimentari, su una scala da 1 (=per niente importante) a 10 (=molto importante), quanto è importante che.....

■ Voto 1-5 ■ Voto 6-7 ■ Voto 8-10

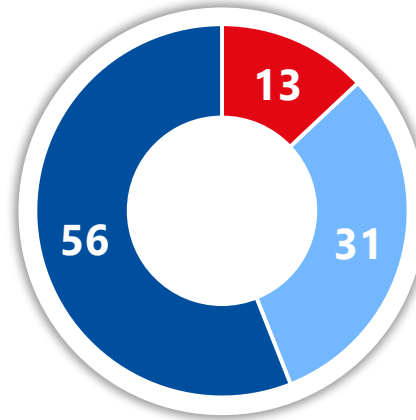
Ci sia attenzione
ad **EVITARE SPRECHI ALIMENTARI**



Voto medio:

7,7

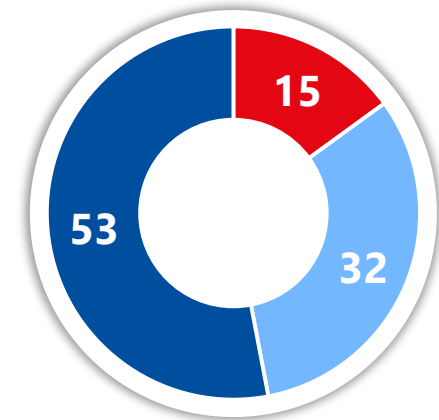
Ci sia una **AMPIA SELEZIONE DI PRODOTTI DI FILIERA E TRACCIATI**



Voto medio:

7,6

Ci sia una vasta **SELEZIONE DI ECCELLENZE DEL TERRITORIO**
prodotte di fornitori locali

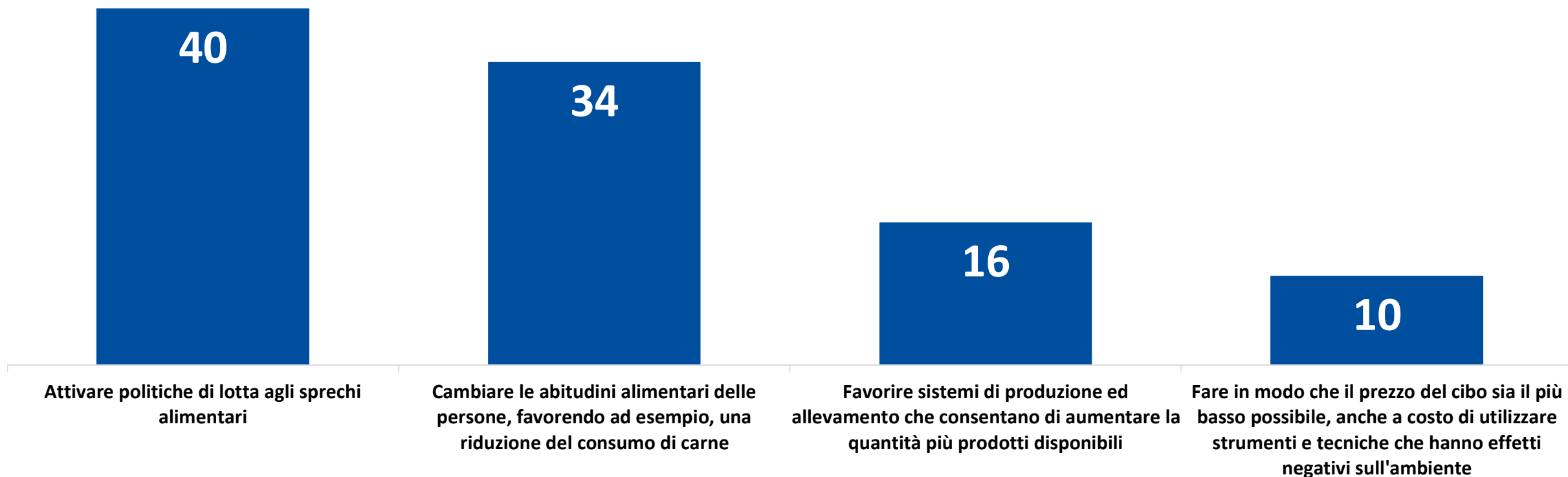


Voto medio:

7,5

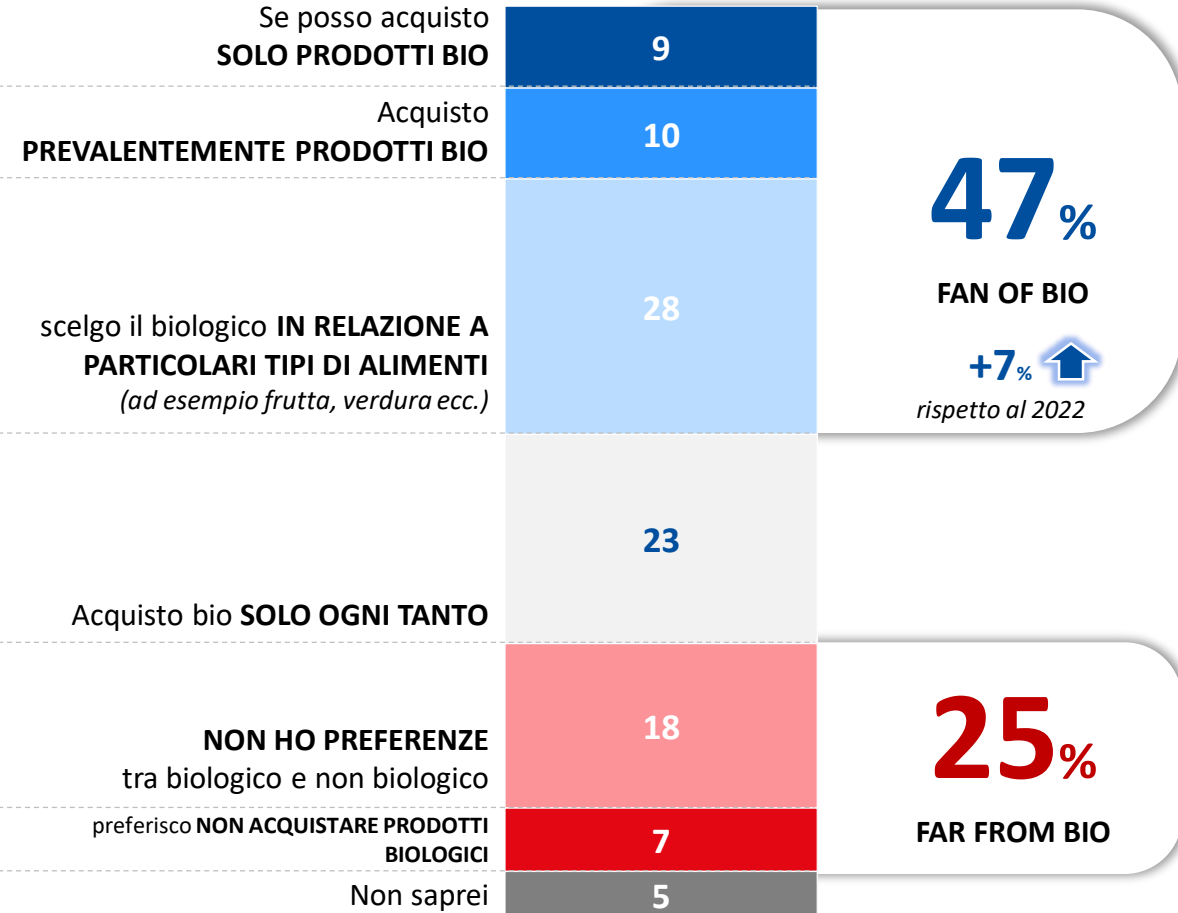
Cibo di qualità per tutti: la via maestra è ridurre gli sprechi e mangiare meglio

In questi anni si parla molto di garantire una transizione alimentare per fornire cibo di qualità per tutti. Per garantire la possibilità di cibo di qualità per tutti, quale tra quelle indicate dovrebbe essere la soluzione migliore da adottare?



Cresce il consenso verso i prodotti biologici. Ampia la fiducia sia nei player locali che verso le grandi aziende

Parliamo ora di cibo biologico. In particolare qual è il suo approccio al cibo biologico?



Italiani che dichiarano di avere fiducia nei prodotti biologici...

85% DELLE AZIENDE DEL SUO TERRITORIO

82% DI AZIENDE CHE PRODUCONO SOLO PRODOTTI BIO

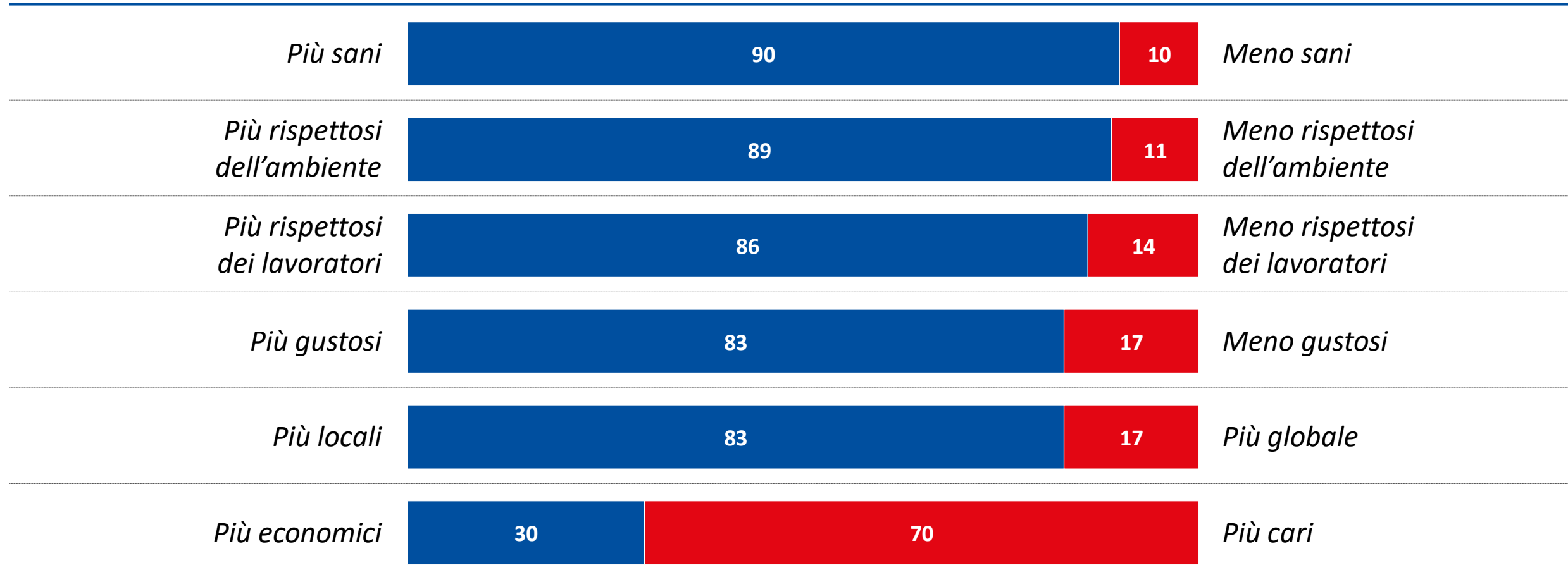
78% DELLA LINEA DI PRODOTTI BIO DEL SUO SUPERMERCATO DI FIDUCIA

56% DELLE GRANDI AZIENDE ALIMENTARI

I prodotti bio: più sani, sostenibili e gustosi, ma anche più costosi


Come valuta i cibi biologici rispetto agli altri tipi di prodotti alimentari?

Avvicini il cursore all'espressione che meglio descrive a suo avviso le caratteristiche dei prodotti biologici (scala 0-10)



Tra gusto, prezzo e sostenibilità: quale criterio vince per i consumatori

Le proponiamo ora una serie di situazioni. Per ciascuna di esse le chiediamo di indicarci, quale tra le soluzioni proposte sceglierebbe?

Deve acquistare un kg di mele 

A parità di prezzo
preferirebbe acquistare



Un prodotto coltivato
in modo sostenibile

Un prodotto
molto gustoso

A parità di sostenibilità
nella produzione preferirebbe
acquistare



Un prodotto
molto gustoso

Un prodotto ad un
prezzo conveniente

E a parità di gusto
preferirebbe acquistare



Un prodotto coltivato
in modo sostenibile

Un prodotto ad un
prezzo conveniente

"There is nothing so stable as change"
Bob Dylan



Valori, comportamenti, gusti, consumi e scelte politiche. Leggerli e anticiparli è la nostra missione.

Fondata a Trieste nel 1981, SWG progetta e realizza ricerche di mercato, di opinione, istituzionali, studi di settore e osservatori, analizzando e integrando i trend e le dinamiche del mercato, della politica e della società.

SWG supporta i propri clienti nel prendere le decisioni strategiche, di comunicazione e di marketing, attraverso la rilevazione, la comprensione e l'interpretazione del pensiero e dei comportamenti dell'opinione pubblica e degli stakeholder, alla luce delle dinamiche degli scenari sociali, politici ed economici, utilizzando metodologie affidabili e innovative.

- ✓ **AFFIDABILITÀ**, 40 ANNI DI ESPERIENZA SUL MERCATO E MANAGERIALITÀ
- ✓ **INNOVAZIONE**, DEGLI STRUMENTI, DEI PROCESSI E DEI CONTENUTI
- ✓ **CURA ARTIGIANALE**, PERSONALIZZAZIONE DELL'OFFERTA E CENTRALITÀ DELL'INTERPRETAZIONE
- ✓ **DATI**, MOLTEPLICITÀ DELLE FONTI E FIELDWORK PROPRIETARIO
- ✓ **ALGORITMI**, SOLUZIONI AFFIDABILI E SCALABILI
- ✓ **PERSONE**, ETICA PROFESSIONALE E RIGORE METODOLOGICO

SWG S.p.A. - Società Benefit da dicembre 2022

SWG è membro di ASSIRM, ASSEPRIM, MSPA e ESOMAR. Sistema di gestione certificato ai sensi della norma UNI EN ISO 9001:2015. Privacy Policy adeguata al GDPR.

SWG S.p.A., in coerenza con gli obiettivi di beneficio comune recepiti nello statuto sociale e con il Codice Etico della società, ha ottenuto la certificazione della parità di genere ai sensi della prassi UNI/PdR 125:2022

La finalità del Sistema di certificazione della parità di genere alle imprese è quella di favorire l'adozione di politiche per la parità di genere e per l'empowerment femminile a livello aziendale e quindi di migliorare la possibilità per le donne di accedere al mercato del lavoro, di leadership e di armonizzazione dei tempi vita-lavoro.

TRIESTE

Via S. Giorgio 1 - 34123

Tel. +39 040 362525

Fax +39 040 635050

MILANO

Via G. Bugatti 5 - 20144

Tel. +39 02 43911320

Fax +39 040 635050

ROMA

Piazza di Pietra 44 - 00186

Tel. +39 06 42112

Fax +39 06 86206754

BRUXELLES

Av. De la Renaissance, 1 - 1000

info@pollingeurope.eu